

极氪8X预售期用户 反馈快报

—— 基于237条真实VOC



谁在为极氪8X驻足？

参数狂欢之下，他们为何普遍“看着很猛，就是下不了手”？

哪些亮点让他们“上头”？哪些争议让他们“犹豫”？

调研背景与目的

🚗 调研背景

极氪8X作为极氪品牌2026年重磅中大型高性能SUV，以“1400马力性能+900V高压补能”为核心卖点，预售价格覆盖37.68-51.68万元区间，直接对标理想L8、问界M8等热门车型。

🚗 调研目的

从关注人群真实评论中挖掘：

极氪8X吸引了谁？核心吸引点与阻碍点分别是什么？

与竞品相比，其差异化卖点能否支撑当前定价？

- 本报告基于预售期关注者讨论，反映的是“认知与预期”，而非真实使用体验
- 样本中自述“试驾/到店/锁单”的内容占比有限；大多数为围观者/潜在购买者的预期判断，因此本报告在提及评论发布者时，会根据上下文灵活使用“网友/关注者/潜在购买者”等不同称谓，它们均指向同一类参与讨论的人群

调研范围与方法

调研范围

📊 数据来源

关于极氪8X的评论237条

🕒 时间周期

预售开启后1个月内（2026年3月-4月）

调研方法

📄 文本挖掘

提取评论及车评核心观点，统计关键词频次

🌟 情感分析

基于“正面/负面/中性”三维度分类关注者态度



蒋保信

烹小鱼咨询CEO，《电动汽车用户联盟》创办人，专注于新能源汽车用户研究
如果您想加入“新能源用研联盟”社群，或者预约有关本报告的线上、线下交流，欢迎联系我（个人微信：472449189；邮箱：jiangbaoxin@evlianmeng.com）

核心发现

Key Findings

01 极氪8X吸引的是一群从BBA/豪华燃油车升级而来、追求“驾驶乐趣”但又不愿牺牲“家庭实用”、理性务实且“既要又要”型中年中产

- **理性务实的增换购中产**：以35-45岁中年男性居多，多为BBA/豪华燃油车主，增换购为主。他们对汽车参数了如指掌，是典型的“技术控”和“配置党”。重视“配置价值比”，拒绝为品牌溢价盲目买单。
- **拒绝“奶爸车”标签的“全能需求者”**：他们追求驾驶乐趣，渴望保留属于自己的机械质感和操控体验。但同时又无法完全放弃家庭需求——需要大空间、座椅舒适、长途出行能力。他们的核心诉求是：“既要自己开得爽，又要家人坐得舒服”。
- **用车场景兼顾家庭与商务**：用车场景横跨日常通勤、周末家庭出游、逢年过节长途返乡，甚至轻度商务接待。因此对补能效率、智驾潜力、底盘质感等硬核配置有着极高的期待——既要城市通勤的省心，又要长途出行的安心，还要自己开车的开心。

02 极氪8X关注者愿意为之买单的核心高光点有哪些？

- **性能参数震撼：三电机1400匹，2秒级加速**。动力参数是其最被认同的一点。在他们看来，极氪8X的动力系统对理想L8、问界M8形成了“降维打击”。
- **补能高效：900V快充，9分钟20%-80%**。900V高压平台+6C超快充的参数，让关注人群对长途补能有了想象空间。在他们看来，如果实车能达到宣传效果，将在很大程度上解决里程焦虑。
- **智驾硬件堆料：激光雷达+双芯片，预留OTA想象空间**。智驾硬件参数让技术党看到了未来的可能性。他们相信“硬件底子好，后期OTA潜力大”，愿意为这份潜力保持关注。
- **底盘配置扎实：双腔空悬+主动稳定杆**。底盘配置参数让大家对操控和舒适兼顾有了初步信心。他们期待实车能兑现“稳得不像5米1大车”的驾驶质感。



蒋保信

烹小鱼咨询CEO，《电动汽车用户联盟》创办人，专注于新能源汽车用户研究

如果您想加入“新能源用研联盟”社群，或者预约有关本报告的线上、线下交流，欢迎

联系我（个人微信：472449189；邮箱：jiangbaoxin@evlianmeng.com）

核心发现

Key Findings

03 极氪8X关注者核心顾虑的点

- **定价偏高，性价比感知弱：价格是最大的争议点。**关注者普遍认为，极氪的品牌力和产品综合实力，尚不足以支撑当前定价。入门版配置被吐槽“凑数”，顶配价格更是被拿来对比其他车型。
- **家庭场景短板，不如理想L8舒适：**二排座椅偏硬、后备箱空间局促、家庭友好配置少，让家庭用户在理想L8和极氪8X之间反复纠结。在他们看来，极氪8X的“性能溢价”难以对冲家庭舒适上的妥协。
- **智驾信任不足，观望问界M8：**硬件堆料是亮点，但关注者对极氪智驾算法的成熟度存疑。在他们看来，华为ADS经过市场验证，而极氪的G-ASD “需要OTA慢慢追”。
- **售后与服务顾虑，怕当“小白鼠”：**新车无真实车主口碑、售后网点覆盖不如竞品、保值率担忧，让部分关注者选择观望。他们更倾向于选择“看得见摸得着”的成熟方案。

04 极氪8X最大争议点：定价偏高，且价格结构不合理

- **核心问题：不只是“贵”，更是“贵得不合理”。**

大家对价格的不满并非单纯因为数字高，而是价格结构本身存在明显问题：

- **入门版配置过于寒酸，核心功能大量缺失，被普遍视为“凑数版”；**
- **高配版价格虚高，与自家旗舰9X拉不开合理差距，让网友产生“不如加钱上9X”的对比心理；**
- **中间配置缺乏诚意选项，讨论者感觉整个定价策略是在“逼用户选高配”。**这种“低配太弱、高配太贵、中间断档”的价格结构，让人产生被套路感，严重削弱了下单动力。



蒋保信

烹小鱼咨询CEO，《电动汽车用户联盟》创办人，专注于新能源汽车用户研究

如果您想加入“新能源用研联盟”社群，或者预约有关本报告的线上、线下交流，欢迎

联系我（个人微信：472449189；邮箱：jiangbaoxin@evlianmeng.com）

核心发现

Key Findings

05 竞品分流明显，大家倾向选择“更稳妥的方案”

➤ 转向理想L8：家庭优先时，“舒服、省心”是硬道理

理想L8在座椅舒适性、空间利用率、家庭友好配置（后排娱乐屏、车载冰箱）上的优势，让家庭用户很难拒绝。在他们看来，极氪8X的“性能溢价”难以弥补家庭舒适上的不足。

➤ 转向问界M8：智能化与确定性优先时，“华为背书”更让人放心

问界M8的鸿蒙座舱生态、华为ADS智驾成熟度，以及完善的售后服务体系，让追求“省心”的人群更倾向于选择问界。极氪8X的智驾算法尚待验证，成为用户转向的关键原因。

➤ 观望：看着心动，但还没到掏钱那一步

相当一部分人群并未转向竞品，而是停在决策中——他们认可极氪8X的配置和性能，但认为价格偏高、缺乏真实口碑，选择“等降价”或“等第一批用户反馈”。

◆ 极氪8X不是没有吸引力，而是没有成为“最稳的那个选择”。

◆ 在关注者心中，理想代表了“家庭舒适的最优解”，问界代表了“智能省心的最优解”，而极氪8X的“性能驾控”标签尚未形成足够强的转化力。



蒋保信

烹小鱼咨询CEO，《电动汽车用户联盟》创办人，专注于新能源汽车用户研究

如果您想加入“新能源用研联盟”社群，或者预约有关本报告的线上、线下交流，欢迎

联系我（个人微信：472449189；邮箱：jiangbaoxin@evlianmeng.com）

核心发现

Key Findings

06 极氪8X在关注人群眼中的定位：“偏科型”性能车，而非“全能型”家庭车

关注人群对极氪8X的认知非常清晰：它不是一台“闭眼买的家庭用车”，而是一台“给喜欢开车的人准备的性能车”

➤ 不是“六边形战士”，而是“有爆点但偏科”

在大家看来，极氪8X在某些方面特别突出，但整体不算均衡。动力、底盘、快充是它的“长板”，但家庭舒适、空间利用、智驾成熟度等方面并未做到同级最强。

➤ 偏性能取向：“为驾驶而生，而不是为家庭而生”

极氪8X的标签被大家识别为“主打驾驶体验”。在他们看来，理想是“让你坐得舒服”，极氪8X是“让你开得爽”。

➤ 面向小众人群：“不是所有人都会选的车”

关注人群认为，极氪8X的受众较为明确——适合看重驾驶体验、但又需要兼顾家庭使用的用户。它不是“大众化产品”，而是“最有个性的选择”。

◆ 极氪8X不是“最均衡的选择”，而是“最有个性的选择”。

◆ 它的定位清晰——适合“既要自己开得爽，又要家人坐得舒服”的那部分人，而不是追求全面均衡的主流家庭用户。



蒋保信

烹小鱼咨询CEO，《电动汽车用户联盟》创办人，专注于新能源汽车用户研究

如果您想加入“新能源用研联盟”社群，或者预约有关本报告的线上、线下交流，欢迎

联系我（个人微信：472449189；邮箱：jiangbaoxin@evlianmeng.com）

CONTENTS

目录

• 是谁在关注极氪8X?	08
• 极氪8X的核心讨论点	09
• 极氪8X关注者高度认可的点	11
• 极氪8X关注者核心顾虑的点	14
• 关注人群为何持续观望?	17
• 潜在购买人群流向何处?	19
• 极氪8X在关注人群眼中的定位	20

- 《电动汽车用户联盟》，专注于讲述真实用户买车用车故事
- 公司媒体矩阵全网粉丝200万+，并拥有500+新能源汽车用户社群



是谁在关注极氪8X？

这是一类什么人？ —— “拒绝奶爸标签、但仍需兼顾家庭的驾驶导向型用户”

一群从BBA/豪华燃油车升级而来的**成熟中产**，事业稳定，**增换购为主**，对汽车参数了如指掌是典型的**“技术控”**和**“配置党”**，重视**“配置价值比”**，拒绝为品牌溢价盲目买单。在他们看来，参数是硬道理，**值不值比贵不贵更重要**。他们**追求驾驶乐趣，拒绝“奶爸车”**标签，但又无法完全放弃家庭需求——**“既要自己开得爽，又要家人坐得舒服”**，是典型的**“既要又要”**型决策者。



年龄构成	家庭结构
30-45 岁理性顾家中产	多为二孩家庭或三代同堂
职业背景	用车场景
事业稳定， 家庭收入中等及偏上 增换购为主	日常通勤 周末家庭近郊出游 年节长途返乡 偶尔商务接待
需求特征	
拒绝“偏科”，既要性能驾驶乐趣，又要家庭乘坐舒适 重视硬核配置，也关注品牌可靠性与服务体验 对价格敏感，追求 “配置价值比” 最大化	

人群细分：

性能爱好者

家庭用户

价格敏感型

技术/配置党

- **不甘成为“奶爸车”用户，且“既要有要”：**

“我就是想要一台既能自己开得爽，又能让家人坐得舒服的车。理想L8舒服但没驾驶乐趣，极氪8X动力强但家庭场景弱，纠结啊。”

“我就是想买一台既能接孩子买菜，也能自己爽一把的车。对稍微有点驾驶追求、又因为家庭原因必须买大车的中年男人来说，这诱惑力太大了。”
- **值不值比贵不贵更重要：**

“同配置比问界M7贵3万，极氪的品牌溢价我不认可。但反过来看，8X的900V、双腔空悬、三电机，这些配置在竞品上要么没有要么要选装，**值不值得看你怎么比。**”

“37.68万起售比理想L8贵3.7万，但8X的动力、快充、智驾硬件都更优，**综合来看性价比其实不低**，就看后期正式上市有没有优惠政策了。”

极氪8X的核心讨论点

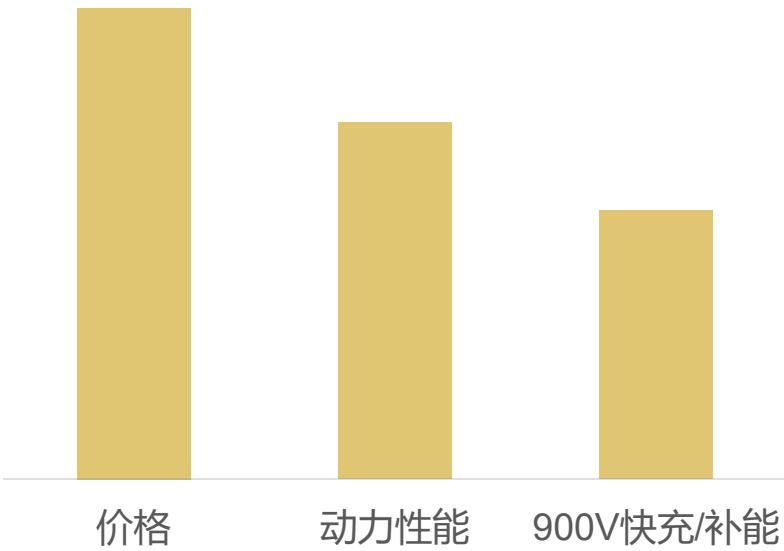
📍 关注焦点

关注者热议的三大话题分别是：
价格、动力性能、900V快充

📍 关键词

“1400 马力” “900V 快充” “公路之王”
“价格争议” “问界 M8 对比”

核心话题提及频次分布（次）



用户从 “被性能吸引”，迅速进入 “对综合能力的理性评估”

吸引层 (讨论点)	1400马力 900V快充	“三电机1400匹，这个数据确实有点离谱，说实话第一眼看到是被震住的。” “2秒多破百，这种加速放在这个级别确实很夸张，红绿灯基本没对手。” “参数是真的猛，但平时开车其实用不到，就是看着很爽。” “这种动力更像是炫技，日常开能发挥多少其实不好说。” “9分钟充到80%，这个确实很有吸引力，跑长途会方便很多。” “如果真的能做到服务区一杯咖啡时间补满电，那体验会很好。” “看着挺香的，但具体充电条件能不能实现还要看实际情况。” “理论上很好，但还是要看实际用起来是不是这么理想。”
评估层 (理性判断)	- 价格 - 配置分配 - 智驾成熟度 - 续航真实性	“37万起这个价格不算低了，这个区间选择其实很多。” “这个价位已经能买理想L8或者问界M8了，肯定要对比一下。” “单看价格有点高，但关键是看值不值这个钱。” “入门版很多关键配置都没有，看着像是故意压低配置。” “感觉是通过配置把人往高配引，不太有诚意。” “核心配置都在顶配，这样的话整体性价比就不高了。” “硬件确实堆得很猛，但关键还是看算法和调校。” “现在智驾不是看谁硬件多，而是看谁好用。” “问界的智驾已经比较成熟了，极氪这套还需要时间验证。”
决策层 (风险判断)	- 是否值得买 - 是否当小白鼠 - 售后/保值	“配置和参数是挺强的，但整体值不值这个价格还不好说。” “如果只是性能强，但其他方面一般，那性价比就不高。” “现在连交付都没开始，基本没有真实车主反馈。” “第一批买的人其实就是在帮厂家测试。” “极氪的售后网点确实不如理想和问界多。” “如果后期维修不方便，那用起来会很麻烦。” “这个价位还是要考虑保值率，不然后面亏太多。”

极氪8X的核心讨论点

关注者的心态转变从：“被参数吸引” → “理性评估” → “风险判断”

话题	关注人群心态
◆1400马力（性能） ◆900V快充（补能能力）	极致动力成为最强讨论引爆点，但更多停留在“想象层”，而非真实需求 快充能力强化长途出行想象，但仍停留在“场景假设”
● 价格 ● 配置分配 ● 智驾成熟度 ● 续航真实性	价格成为用户从“兴趣”转向“理性比较”的第一触发点 配置结构影响用户对“性价比”的核心判断 用户认可硬件规格，但更看重“实际体验确定性” 用户对官方数据持“默认打折”的谨慎态度
➢ 是否值得买（价值判断） ➢ 是否当小白鼠（信任问题） ➢ 售后 / 保值（长期风险）	用户开始从“喜欢”转向“是否合理”的理性判断 预售期最大心理门槛在于“缺乏验证” 长期使用成本与稳定性成为关键顾虑

—— “参数很猛，但还是要看实际体验再决定。” ——

极氪8X关注者高度认可的点

◆ 绝大多数人被“参数很炸、看着就很爽”的性能与机械素质强烈吸引，但这种吸引更多停留在“想象中的驾驶体验”。

✈ 性能参数震撼：三电机1400匹，2秒级加速，是最核心吸引点

- 极致动力形成第一吸引点，“参数直接拉满，看着就很猛”，让追求驾驶乐趣的人群瞬间“上头”
- 在他们看来，极氪8X的动力系统对理想L8、问界M8形成了“纸面上的降维打击”
- 这种“碾压级”的参数，让他们觉得这辆车不仅仅是家用车，更是一台能取悦自己的“大玩具”。虽然还没开过，但参数已经足够让他们心动

“三电机1400匹，这个数据放在这个级别基本就是‘降维打击’，第一眼确实被震住了。”

“2秒多破百，说实话就是红绿灯王者，这种加速已经不是日常需求了，是纯粹的爽。”

“这种动力你可以不用，但不能没有，看参数就已经很有吸引力了。”

“光看动力这一块，确实有点像‘堆料堆到顶’，同价位很少见。”

“对比理想 L8和问界M8，极氪8X的动力和底盘完全是降维打击，零百加速2秒级，过弯侧倾小，开着比我之前的宝马X5还带劲，这才是我想要的驾驶质感。”

“三电机动力真的爽，2秒级加速推背感十足，底盘稳得不像5米1的大车，双腔空悬滤震高级，过烂路也不颠，驾驶乐趣完全不是理想L8那种佛系调校能比的。”



极氪8X关注者高度认可的点

底盘配置扎实，双腔空悬+主动稳定杆，

- 闭式双腔空悬+主动稳定杆的组合，让用户对“大车也能有好操控”有了信心
- 底盘配置参数让大家对操控和舒适兼顾有了初步想象。他们期待实车能兑现“稳得不像5米1大车”的驾驶质感。
- 对于从BBA过来的用户来说，底盘质感是衡量“豪车感”的核心指标之一，极氪8X在这方面的堆料让他们觉得“有内味了”。

“双腔空悬+主动稳定杆，这种配置一看就是冲着操控去的，不是那种纯家用取向。”

“看配置感觉底盘会很有东西，不像理想那种偏软的调校。”

“如果真能做到又稳又不晕，那驾驶体验应该会很不错。”

“这种大车如果还能开出点操控感，那确实是差异点。”

“这套闭式双腔空悬，你放BBA或者那些合资车上，没个几万块能选装下来？”

900V快充，9分钟20%-80%，补能效率值得期待

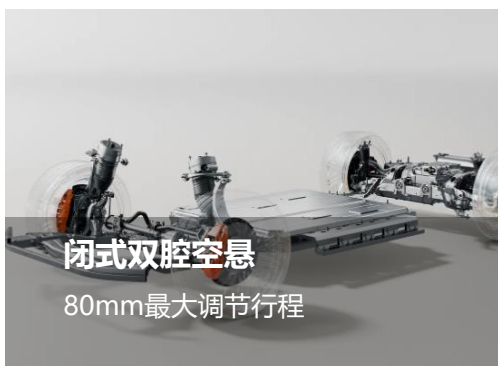
- 9分钟快充的参数，让用户对“长途不再焦虑”有了具体想象
- 900V高压平台+6C超快充，在用户看来不是“花活”，而是实打实解决痛点的硬核配置。他们对“喝杯咖啡就能充好电”的场景有极高期待

“9分钟从20%到80%，如果真是这样，那长途基本没有补能焦虑了。”

“服务区停一下喝杯咖啡就能走，这种体验确实很吸引人。”

“相比现在很多车动不动半小时起，这个补能速度优势挺明显。”

“插混+快充这种组合，对经常跑长途的人来说很有吸引力。”



极氪8X关注者高度认可的点



智驾硬件堆料：激光雷达+双芯片，看起来长期潜力较大

- 硬件“拉满”让技术党看到了未来可能性，他们愿意为“买新不买旧”的潜力买单
- 用户对智驾的认可更多集中在“硬件堆料”，而非当前体验，“现在不一定最好，但看起来很有潜力”。
- 虽然对极氪智驾算法的成熟度存疑，但硬件规格确实让他们觉得“这车有底子”。在他们看来，硬件到位了，就算现在算法一般，OTA也有机会追上来。这种“买未来”的心理，是技术/配置党愿意保持关注的重要原因。

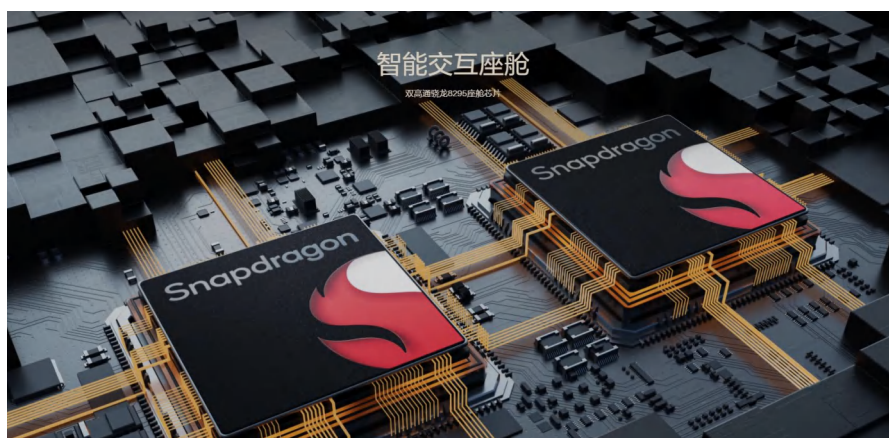
“激光雷达+双芯片，这套硬件规格确实是拉满的。”

“现在不一定比问界好用，但后面OTA应该会有提升空间。”

“买这种车，其实也是在买未来的升级潜力。”

“极氪 8X 的 G-ASD 智驾硬件堆得很足，192 线激光雷达 + 双芯片，算力 700-1400TOPS，比理想 L8 的智驾硬件规格高一个档次，后期 OTA 升级潜力大，这也是我选择它的重要原因。”

“虽然现在智驾算法还不如问界 M8 的华为 ADS 成熟，但极氪 8X 的硬件底子好，随着后续 OTA 升级，智驾能力肯定会持续提升，买新不买旧，看重的就是这份潜力。”



用户的“被吸引逻辑”：

参数震撼（动力） → 想象体验（操控/补能） → 预期未来（智驾）

“这车属于那种一看参数就很心动，但还没到下单那一步。”

极氪8X关注者核心顾虑的点

📌 价格是当前最大争议点，大部分人认为定价偏高，性价比感知弱

- 预售价看起来“配置堆满”，但用户算完账发现，品牌溢价撑不起这个价
- 用户不是只看价格数字，而是算“同价位能买到什么”
- 在他们看来极氪的品牌力和产品综合实力，尚不足以支撑当前定价。入门版配置被吐槽“凑数”，顶配价格更是被拿来对比其他车型

“顶配51.68万能买两台小米SU7 Pro，性价比太低。降个4万左右才是比较合理的价格。” & “37.68万起售，比问界M7贵3万，但配置没多多少，感觉极氪的品牌溢价有点高了。”

“抛开配置谈价格就是要流氓，但8X的基础版连座椅通风都要选装，性价比真的不如理想L8。” & “这价格怕是要走领克Z10旧路。Max版连后排电视都要选，还要一万？这就是个凑数的版本。”

“37.68万的起售价真的是不算低，价格介于极氪9X到领克900之间，结合一些首发优惠也省不了多少钱。要想成为爆款难。”

⚙️ 配置分配不合理，有种“逼用户买高配”的感觉

- 入门版像个“凑数版”，核心配置全在顶配，用户感觉被“逼着加钱”
- 部分用户吐槽入门版缺失核心配置，后排娱乐屏、座椅通风等实用功能需要高配或选装，感觉“被逼着加钱”。大家不是不能接受高价，而是不能接受“低配啥都没有，高配啥都要加钱”
- 主动稳定杆只有Ultra+才有、后排电视要选装——这些槽点背后，是他们对“诚意”的质疑。他们觉得极氪不是在做产品，而是在做“配置漏斗”

“Max版后排电视要选装1万，配置诚意不足。Ultra版落地35万以内才有搞头。”

“21寸轮毂只有255胎宽，配不上这个车的价格和定位。叫公路之王但只有255胎宽，就很不得劲。” & “主动稳定杆只有Ultra+版才有，基础版缺失这么多核心配置，感觉极氪是想逼大家买高配。这吃相有点难看。”

“方向盘上语言按键取消了，也就是说你每次想用语音的话，只能‘你好...你好...’的了。有习惯按一下就说的，是要犯难了。”

极氪8X关注者核心顾虑的点

🏠 家庭场景短板，不如理想L8

- 性能再强也填不平“二排太硬、后备箱太小”的坑，家庭用户被迫在“自己爽”和“家人爽”之间做选择
- 极氪8X的“性能驾控”成功吸引了人群目光，但家庭用户一旦坐进车里，就开始算另一笔账：二排座椅硬不硬、后备箱能装多少、孩子坐着舒不舒服
- 在他们看来，理想L8已经把“家庭舒适”的标准拉得太高，极氪8X在这条赛道上很难追

“六座版二排座椅太薄了，像小板凳，跟理想L8的大沙发完全不是一个级别。带老人孩子出门，坐久了肯定累。”

“后备箱常规状态还行，但满员时只能放两个20寸箱子。我们一家四口回老家，行李都塞不下，这咋整？”

“这车设计就是‘为了后备箱牺牲二排空间’。座椅往后挪几公分能咋的？二排空间不够宽敞，中间位置还硬，长途坐人受罪。”

🏠 智驾信任不足，观望问界M8

- 硬件堆得再满，也顶不过华为ADS的“实战口碑”，用户对极氪智驾的信任还处在“等验证”阶段
- 极氪8X的智驾硬件确实“拉满”了，但用户心里清楚：智驾不是堆料游戏，算法和数据迭代才是硬道理
- 在他们看来；华为ADS已经跑了几百万公里，而极氪的G-ASD还在“PPT阶段”。这种“硬件领先、软件存疑”的落差，让技术党也选择观望

“吉利的智驾历史表现大家有目共睹，经常是‘人工智障’，稍微复杂点的路况就得接管。这次突然掏出个‘最新版’，我持保留态度，别又成了OTA画饼。”

“硬件比问界M8强，但实际用起来谁更稳？我肯定选华为。智驾不是堆料，是保命的，我可不敢拿全家人的安全去赌极氪的OTA速度。”

“智驾这东西，光堆硬件没用，得看算法和数据迭代。华为ADS跑了多少万公里了，吉利这套新系统上路实测过几次？我是不想当小白鼠。”

极氪8X关注者核心吐槽的点

售后与服务顾虑，怕当“小白鼠”

- 新车没有真实口碑、售后网点覆盖不足、保值率存疑，更倾向选择“看得见摸得着”的成熟方案
- 预售期最让用户焦虑的，不是配置够不够硬，而是“这车到底靠不靠谱”
- 没有真实车主反馈、售后网点比竞品少、担心二手残值缩水——这些“软实力”的短板，让用户宁愿多花点钱选理想、问界，也不愿当第一批“小白鼠”

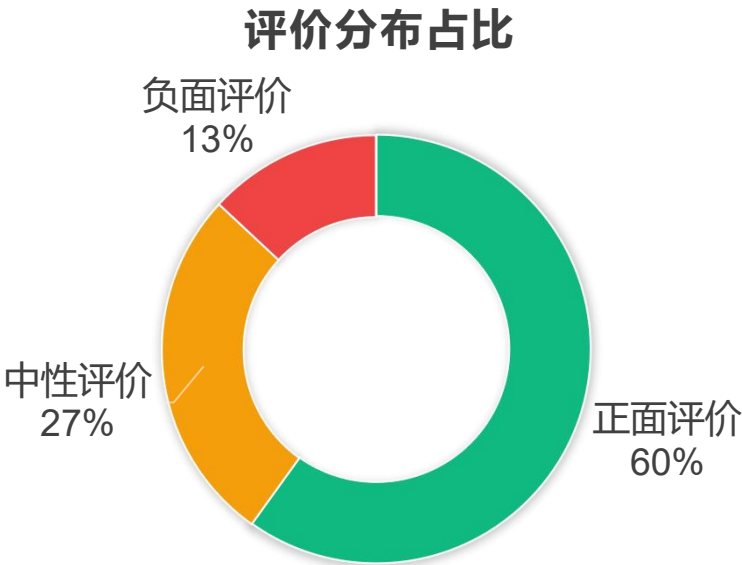
“问界家附近几公里就有门店和售后网点，维保还能上门取送车。极氪售后太远，后期维保得往返接近20公里，想想就折腾。”

“新车刚上，连交付都没开始，一个真实车主的口碑都没有。配置再好看也是纸面的，我们第一批订车的说白了就是得当‘小白鼠’。”

“担心极氪的保值率，之前朋友的极氪001二手残值缩水严重。这价位可选的车太多，没必要冒这个险，还是等市场口碑稳定了再说。”

极氪8X发布初期口碑倾向

- 当前关注人群整体认可极氪8X的性能和配置方向，但定价、家庭短板、智驾信任、售后顾虑让相当一部分人选择观望
- 预售期口碑呈现“叫好不叫座”的微妙状态



正面评价集中点：动力性能、900V快充、智驾硬件堆料、底盘/空悬

负面评价集中点：定价偏高（占负面67%）、配置分配不合理（入门“凑数”）、家庭场景适配不足（二排硬、后备箱小）

中性/观望集中点：“等待实车试驾” “对比竞品后决策” “观望长期口碑”

关注人群为何持续观望？

◆ 价值支撑不足，性能虽然很强，但“撑不起这个价格”

关注人群认可其“参数很炸”，但普遍认为“有亮点，但不值这个价 / 不够均衡”

“三电机1400匹确实很猛，这点没得说，问题是除了动力，还有什么明显领先的？”

“说白了就是性能很强，但其他方面没有拉开差距，这个价格就有点站不住。”

“如果只是加速快，那这个价位我觉得不太值，毕竟不是天天在比加速。”

“感觉有点偏科，动力是顶级，但整体不像一个40万级很均衡的车。”

“同样的钱，理想是全家都舒服，问界是智驾很成熟，极氪就是单点很强。”

◆ 信任缺失，“纸面很顶，但还没被验证”

最大顾虑不是产品差，而是“现在买就是当小白鼠 / 配置再好也是纸面”

“现在连正式交付都没有，基本没有真实车主，这种情况我肯定不会第一时间买。”

“参数看着很顶，但这些东西到底好不好用，还得看真实体验。”

“第一批买的人其实就是帮厂家试错，我不太想当这个人。”

“现在就是看个热闹，等试驾、等口碑出来再说。”

“车机卡不卡、续航虚不虚，这些都是用出来的，不是看配置表能看出来的。”

◆ 品牌与服务支撑不足，“这个价格，需要更强的确定性”

在40万级决策中，用户不仅买车，更是在买“安心感”，“极氪还没到让人放心花这个钱的程度”

“这个价位我还是更看重品牌和服务，极氪在这方面还差一点。”

“理想和问界的售后网络明显更完善，用起来更省心。”

“如果后期维修不方便，那买的时候再便宜也没用。”

“这种价位的车，不只是看配置，还要看整个体系是不是成熟。”

“不是说车不好，而是这个价格我更愿意选一个更稳的。”

关注人群为何持续观望？

◆ 核心问题在于价格结构，“不是贵，是贵得不合理”

关注人群对价格的核心不满集中在：“入门没诚意，高配太贵，有点像在逼选高配”

“这价格会有人买单吗？” & “谁给他的勇气，敢卖这个价？”

“37万起这个价格单看不算离谱，但问题是入门版很多配置都没有。”

“感觉是故意把核心配置都放在高配，让你不得不加钱。”

“顶配都50多万了，这个价位选择太多了，很难说服自己选它。”

“没有垃圾车，只有垃圾价，这车问题主要还是价格。”

“如果整体价格往下调个三四万，感觉竞争力会完全不一样。”

“价格出来了，直播评论区都不敢开了，这价格确实牛逼，也不知道梁静茹给的吗。”

“37.68万的入门版，连个像样的音响都没有，选装又得加钱，这哪是旗舰该有的样子？”

“8X比9X便宜3万多，但得到的却是阉割的音响、掉翼的后排屏和更加拥挤的六座，性价比拉满了（反讽）。”

“基本落地也要40+，能有这个预算的车主，真不差这点钱上9X，外观一眼看等级。”

“40多万的车基本都快凉了...卖车35万是个坎，消费降级中产咬牙能上，过40看着不着。”

大家不是不认可极氪8X，而是停在“三个犹豫点”：

 值不值（价值感）

 敢不敢买（信任感）

 是否更优解（竞品对比）

大家普遍处于“看着很猛，但就是下不了手”的状态

“这车看着哪都挺好，但就是差一个让我立刻下单的理由。”

潜在购买人群流向何处？

在家庭场景优先级更高时，选择理想，“不用想太多，直接舒服、省心”

“理想 L8 的魔毯空悬滤震更软，座椅像大沙发，极氪 8X 六座版二排偏硬，老人久坐容易累。而且 L8 的后排娱乐屏、车载冰箱太懂奶爸需求了，极氪 8X 家庭友好配置太少，带娃出行不够方便，最终还是选了 L8。”

“理想 L8 起售价 33.98 万，比极氪 8X 便宜 3.7 万，入门版配置更均衡，极氪基础版连座椅通风都要选装，感觉像‘凑数版’。预算有限，更愿意选配置实用、家人坐得舒服的 L8。”

“对比下来，理想 L8 的空间得房率更高，满员时第三排也不局促，后备箱能装下两个儿童车 + 三个行李箱，极氪 8X 满员时后备箱太局促，带娃长途出游不够用，只能放弃 8X。”

核心原因： 空间与舒适更强 家庭适配度高 使用体验已被验证

在智能化与确定性体验优先时，更倾向问界，“智驾更成熟，用起来更放心”

“我们全家都是华为的手机、平板，问界 M8 的鸿蒙座舱生态联动太丝滑了，极氪 8X 的车机与手机协同差很多，多屏互动也不方便。而且华为 ADS 4.0 智驾已经很成熟，极氪 8X 的智驾算法还需要验证，稳妥起见选了 M8。”

“再说说那个 G-ASD 高阶辅助驾驶，这才是我最担心的雷点。说实话，吉利系的智驾跟华为 ADS 比起来，差距真不是一星半点。问界 M8 背后的华为，那是真能在没高精地图的乡间小路上自己开。”

核心原因： 华为背书（品牌信任） 智驾体验成熟 生态与系统优势

大量关注人群并未转向竞品，而是停在决策中，“看着很心动，但还没到掏钱那一步”

“现在这个价格肯定不会下单，等后面降一点再说。” & “新车刚出来还是观望一下，看看第一批用户反馈。” & “配置确实很吸引人，但还是想等一段时间再决定。”

“这种车不着急买，等稳定了再入更放心。” & “现在属于关注阶段，还没到真正考虑购买。”

“37.68 万起售太贵了，降个 4 万左右才是比较合理的价格，现在这个定价完全没有竞争力，等不到降价就不买了，看看其他品牌的新款车型。”

核心原因： 华为背书（品牌信任） 智驾体验成熟 生态与系统优势

—— “极氪不是没有吸引力，而是没有成为‘最稳的那个选择’。”

极氪8X在关注人群眼中的定位



“性能导向产品”，而非“主流家庭解决方案”

在他们看来，极氪8X是“给喜欢开车的人准备的性能车”，而不是“闭眼买的家庭用车”，适合既要家庭使用，又不想放弃驾驶乐趣的人



非均衡型产品，“有亮点，但不是六边形战士”

➤ 大家对其的感知主要为“某些点很强，但整体不算特别均衡”

“这车就是那种一两项特别突出，但不是那种每一项都很平均的类型。”

“动力确实很顶，但其他方面没有明显做到同级最强。”

“感觉是有爆点，但不是一个很全面的产品。”

“不像理想那种各方面都很均衡，这个更偏某一块特别强。”



偏性能取向，“为驾驶而生，而不是为家庭而生”

➤ 产品核心标签被清晰识别为“主打驾驶体验，而不是纯家用舒适”

“这个车明显是偏操控和性能的，不是那种一味追求舒适的车。”

“底盘和动力堆成这样，一看就不是给‘佛系开车’的人准备的。”

“理想是让你坐得舒服，这个是让你开得爽。”

“如果是喜欢开车的人，会觉得很有吸引力，但家用可能没那么合适。”



面向小众人群，“不是所有人都会选的车”

➤ 关注人群认为其受众较为明确，“适合一部分人，但不是大众选择”

“这种车就是给懂的人买的，不是给所有人的。”

“喜欢的人会很喜欢，但大多数家庭用户可能不会选。”

“这个定位比较小众，不像理想那种大众化产品。”

“买这个车的人，应该都是比较看重驾驶体验的。”

◆ 极氪8X不是“最均衡的选择”，而是“最有个性的选择”

“这车不是不好，而是你得确定自己是不是那类人。”

福利！

关注《电动汽车用户联盟》，后台回复以下任一车型名称，即可获取所有车型调研报告。
目前已发布车型部分报告如下：

满意度调研报告

- M001-特斯拉Model Y用户满意度调研
- M002-极氪001用户满意度调研
- M003-理想L7用户满意度调研
- M004-腾势D9用户满意度调研
- M005-阿维塔11用户满意度调研
- M006-小鹏G6用户满意度调研
- M007-比亚迪 宋 Plus DM-i用户满意度调研
- M008-深蓝S7用户满意度调研
- M009-银河L7用户满意度调研
- M010-比亚迪 海豚用户满意度调研
- M011-AION Y Plus用户满意度调研
- M012-2024款岚图梦想家用户满意度调研
- M013-坦克500 Hi4-T用户满意度调研
- M014-领克08用户满意度调研
- M015-小米SU7用户满意度调研
- M016-宝马i3用户满意度调研
- M017-焕新版特斯拉Model 3用户满意度调研
- M018-智己L6用户满意度调研
- M019-智界S7用户满意度调研
- M020-阿维塔12用户满意度调研
- M021-蔚来ET5T用户满意度调研
- M022-2024款极氪001用户满意度调研
- M023-比亚迪 汉 EV/DM-i用户满意度调研
- M024-小鹏P7i用户满意度调研
- M025-银河E5用户满意度调研
- M026-领克07EM-P用户满意度调研
- M027-别克E5用户满意度调研
- M028-豹5用户满意度调研

- M029-哈弗猛龙用户满意度调研
- M030-捷途山海T2用户满意度调研
- M031-iCAR 03用户满意度调研
- M032-乐道L60用户满意度调研
- M033-别克GL8 陆尊 PHEV用户满意度调研
- M034-吉利星愿用户满意度调研
- M035-小鹏P7 + 用户满意度调研
- M036-AION UT用户满意度调研
- M037-特斯拉焕新Model Y用户满意度调研
- M038-领克900用户满意度调研
- M039-问界M9用户满意度调研
- M040-名爵MG4用户满意度调研
- M041-极狐T1用户满意度调研
- M042-腾势N8L用户满意度调研
- M043-理想i6用户满意度调研
- M044-零跑Lafa5用户满意度调研

大定用户调研报告

- D001-小米SU7大定用户调研
- D002-小鹏MONA M03大定用户调研
- D003-小鹏P7 + 大定用户调研
- D004-问界M8大定/提车用户调研
- D005-小米YU7大定用户调研
- D006-蔚来ES8大定用户调研

VOC洞察报告

- VOC01-方程豹钛7-VOC洞察报告
- VOC02-理想i6-VOC洞察报告
- VOC03-极氪9X-VOC洞察报告
- VOC04-银河M9-VOC洞察报告
- VOC05-2026款问界M7-VOC洞察报告
- VOC06-2026款问界M7-VOC洞察报告
- VOC07-firefly 萤火虫-VOC洞察报告
- VOC08-新一代小米SU7上市反馈快报



《电动汽车用户联盟》



《电动车主访谈》



《电车萌主》
微博号

我们将为您提供 真实且全面的用户研究报告

加入“新能源用研联盟” OR 预约交流分享



烹小鱼咨询CEO，《电动汽车用户联盟》创始人，专注于新能源汽车用户研究



如果您想加入“新能源用研联盟”社群，或者预约有关本报告的线上、线下交流，欢迎联系我（个人微信：472449189；邮箱：jiangbaoxin@evlian-meng.com），联系时请注明公司+职务+来意

我们在做什么？



深度访谈

深入采访上千位新能源车主，覆盖全品牌、全车型，聆听他们真实的购车故事与用车体验。从选车心路到日常痛点，我们用镜头和文字记录最原汁原味的用户声音，构建国内首个新能源车主深度访谈案例库，为行业提供最鲜活的一手素材。



真实洞见

依托海量访谈数据与社群互动，我们挖掘用户最真实的消费动机、使用习惯与情感诉求。定期发布专业调研报告与市场洞察，揭示新能源汽车市场的趋势风向，帮助企业精准把握用户脉搏，做出更明智的决策。



车主社群

我们拥有500+新能源车主社群，直接连接20万+真实车主，全网粉丝超200万。在这里，车主畅所欲言、分享经验、参与讨论；我们实时收集反馈、组织线下活动，让每一位用户都成为行业进步的参与者与见证者。

—— 关于我们 ——

我们是一家能够直连新能源汽车用户，专注于新能源汽车市场调研的咨询公司。

《电动汽车用户联盟》和《电动车主访谈》为公司旗下自媒体，专注于讲述真实用户买车用车故事，为用户讲真话。公司媒体矩阵全网粉丝200万+，并拥有500+新能源汽车用户社群。



《电动汽车用户联盟》



《电动车主访谈》



《电车萌主》
微博号